

MARKETING MIKS: PROIZVOD

Bojana Femić - Radosavović

O ČEMU ĆEMO GOVORITI?

- Zašto je originalni 4P marketing miks model i dalje živ i zašto mu treba samo “update” (4EP umjesto 4P), a ne potpuna zamjena?
- Koji nivoi proizvoda postoje?
- Kakva je klasifikacija proizvoda?
- Šta znači diferenciranje proizvoda, a šta diferenciranje usluga?
- Zašto su važni pakovanje, etiketiranje i garancije?

A person is shown from the side, sitting and writing in a notebook. The scene is dimly lit with a strong blue/cyan color cast. The person's hands are visible, holding a pen and writing on the pages of the notebook. The background is blurred, showing other people in a similar setting. A semi-transparent dark blue banner is overlaid on the left side of the image, containing the text 'ŠTA ČINI 4P?'.

ŠTA ČINI 4P?

ZAŠTO JE VAŽAN KONCEPT 4P?

- Još 1960.-ih je McCarthy definisao koncept 4P i on “i dalje nudi jaku potporu marketing strategiji” (Dan Bladen, CEO Chargifi).
- Potreba i pokušaj da se izbací ovaj model i zamjeni nekim novim nije uspjela da proizvede bilo kakvu alternativu koja bi zauzela mjesto koje 4P ima u literaturi i praksi.
- Postoje jaki dokazi iz istraživanja koji pokazuju da koncept 4P i dalje daje najbolje rezultate u marketing praksi širom svijeta.

OD 4P DO 4EP

- Danas je marketing liderima potrebna neka inovirana 4P verzija.
- Ona ne treba da mijenja suštinu tradicionalnog modela niti ime, ali ide u korak sa savremenom praksom. Kako to postići?
- Tako što uključuje najnovije naučno i istraživačko znanje o tome kako ljudi razmišljaju, šta osjećaju i rade.
- Tako Dimitriadis et al. predlažu 4EP (empathic product, experiential price, ever-present place i engaging promotion) koncept.

NIVOI PROIZVODA

1. Suština koristi
2. Bazični proizvod
3. Očekivani proizvod
4. Prošireni proizvod
5. Potencijalni proizvod



KLASIFIKACIJE PROIZVODA

- Po TRAJNOSTI I OPIPLJIVOSTI: netrajna dobra, trajna dobra i usluge.
- Klasifikacija POTROŠNIH DOBARA: obični proizvodi (glavni, impulsivni, hitni), posebni proizvodi (homogeni i heterogeni), specijalni i netraženi proizvodi.
- Klasifikacija PROIZVODNIH DOBARA: materijali i djelovi, kapitalna dobra i potrošni proizvodi i poslovne usluge.

DIFERENCIRANJE PROIZVODA

- **Forma** – veličina, oblik ili fizička struktura
- **Karakteristike** – voditi računa o odnosu između vrijednosti za kupca i troška za kompaniju
- **Kvalitet performansi**: nizak, prosječan, visok ili superioran
- **Potvrda kvaliteta** – stepen identičnosti svih proizvedenih jedinica i ispunjavanja specifikacija
- **Trajnost**
- **Pouzdanost**
- **Mogućnost popravki**
- **Stil**

A person is shown from the side, sitting and writing in a notebook. The scene is dimly lit with a strong blue/cyan color cast. The person's hands are visible, holding a pen and the notebook. The background is blurred, showing other people in a similar setting. A semi-transparent dark blue box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

ZAŠTO JE VAŽAN DIZAJN?

DIFERENCIRANJE USLUGA

1. Lakoća naručivanja
2. Isporuka
3. Instalacija
4. Obuka kupaca
5. Savjetovanje kupaca
6. Održavanje i popravke

A person is shown from the side, sitting and writing in a notebook. The scene is dimly lit with a strong blue/cyan color cast. The person's hands are visible, holding a pen and the notebook. The background is blurred, showing other people in a similar setting. The overall mood is focused and professional.

KAKVU ULOGU IMA PAKOVANJE?

SVE VEĆA UPOTREBA PAKOVANJA

Tome doprinosi nekoliko faktora:

1. Samousluživanje
2. Bogatstvo potrošača
3. Imidž kompanije i brenda
4. Prilika za inovacije

ETIKETIRANJE I GARANCIJE

- Etiketa može biti jednostavna naljepnica ili složen grafički dizajn koji je dio samog pakovanja.
- Funkcije etikete: identifikacija proizvoda ili brenda, opis, promocija.
- Garancije – formalne izjave proizvođača o očekivanim performansama proizvoda.

bojana.femic
@gmail.com



Bojana Femic-
Radosavovic



Bul. Ivana
Crnojevića 28,
Podgorica



iMessage Me

+382 67 535 648

KEEP SMILING! 😊



HVALA NA
PAŽNJI!

